



# GESTÃO DE STARTUPS E INOVAÇÃO

AULA 1



Prof.<sup>a</sup> Larissa Cristina Conon Janz Branco



## CONVERSA INICIAL

### Compreendendo o mundo das startups e da inovação

"Você está navegando e então a tecnologia muda. Você tem que se adaptar." – Marc Andreessen, cofundador da Netscape, empresa que se tornou o Microsoft Internet Explorer, e cofundador do Andreessen Horowitz (a16z), um dos maiores fundos de capital de risco, investidor de *startups*, do mundo.

Este estudo vai tratar sobre este processo que Andreessen descreve, a necessária adaptação do mundo dos negócios às tecnologias insurgentes.

Vamos compreender como esta história se moldou olhando para os principais movimentos do começo do Vale do Silício, a história da internet e dos semicondutores, a origem das *startups*, compreendendo os mais variados segmentos e nomes das *startups*, além das atuações no mercado brasileiro.

Seguiremos para entender quais são as principais diferenças das empresas tradicionais e corporativas para as conhecidas como *startups* e finalizaremos aprendendo como estas praticam inovação e quais são os atores que as ajudam e as impulsionam em suas trajetórias de desenvolvimento de produto e mercado.

### TEMA 1 – O QUE É E DE ONDE SURGIRAM AS STARTUPS?

Entender onde, como, qual o conceito e o contexto em que as *startups* nascem é de extrema importância para entender a essência da inovação. Não existe um marco claro, e há diversas discussões sobre onde de fato as *startups* nasceram, mas sabemos que o lugar com a maior responsabilidade pelo crescimento e pela consolidação do modelo de negócio das *startups* é o Vale do Silício (do inglês *Silicon Valley*).

Neste primeiro tópico, compreenderemos sua origem, história e as principais empresas precursoras desta região.

#### 1.1 Tudo começou no *Silicon Valley* (Vale do Silício)

O Vale do Silício, localizado na região sul da Baía de São Francisco, na Califórnia, é amplamente conhecido como o epicentro da tecnologia e inovação do mundo. Leva este nome porque concentra em sua região uma enorme quantidade de silício, um dos principais elementos químicos usados na



fabricação de semicondutores. A história do Vale tem sua origem no início do século XX, mas sua ascensão como o principal polo de tecnologia e empreendedorismo começou a partir da década de 1930, tendo a academia como uma das principais fomentadoras do movimento que gerou um dos maiores avanços tecnológicos do mundo.

A Universidade de Stanford, até hoje uma das principais universidades na área de tecnologia, desempenhou um papel crucial no desenvolvimento do Vale do Silício. Isso se deve principalmente ao legado do Prof. Frederick Terman, muitas vezes chamado de "o pai do Vale do Silício", que retornou à Universidade de Stanford como professor de Engenharia Elétrica após seus dias de pós-graduação no Massachusetts Institute of Technology (MIT) em 1936. Foi um defensor da aplicação de pesquisas científicas na indústria e acreditava que as universidades deveriam ter um papel ativo no desenvolvimento tecnológico.

Terman incentivou seus alunos a aplicarem seus conhecimentos em projetos práticos e empreendimentos tecnológicos. Ele acreditava que os alunos de Stanford poderiam desempenhar um papel vital na indústria de tecnologia e começou a promover essa ideia entre eles.

Na década de 1950, mais especificamente em 1956, um colega de Frederick no MIT, William Shockley, um dos ganhadores do Prêmio Nobel de Física por seu trabalho no desenvolvimento do transistor, fundou o Shockley Semiconductor Laboratory em Mountain View, Califórnia, em 1956. Frederick Terman viu isso como uma oportunidade para seus ex-alunos da Universidade de Stanford.

Figura 1 – John Bardeen, William Shockley e Walter Brattain



Crédito: AT&T/Jack St-PD/CC.



Vários dos primeiros funcionários e pesquisadores da Shockley Semiconductor Laboratory eram ex-alunos de Stanford que foram recrutados por Terman. No entanto, as condições de trabalho e a cultura de gestão de Shockley acabaram levando oito deles a saírem da empresa, em 1957, para fundar a Fairchild Semiconductor.

A Fairchild Semiconductor, fundada pelos "oito traidores" (como foram chamados por Shockley), desempenhou um papel fundamental na revolução dos semicondutores e na criação da cultura empreendedora e inovadora que caracteriza o Vale do Silício até hoje. Eles foram responsáveis por desenvolver o circuito integrado, que foi um avanço significativo na miniaturização dos componentes eletrônicos.

Assim, a ligação entre a Universidade de Stanford, Frederick Terman e a Shockley Semiconductor Laboratory foi um fator-chave na formação do Vale do Silício. Essa colaboração entre academia e indústria foi um dos pilares do sucesso da região como um centro de inovação tecnológica.

Na mesma época, surge a Hewlett-Packard, mais conhecida como HP, fundada por William Hewlett e David Packard em 1939, em uma garagem em Palo Alto, Califórnia. O primeiro produto da HP foi um oscilador de áudio utilizado pela Walt Disney Studios para testar equipamentos de som em filmes como *Fantasia*.

A Segunda Guerra Mundial teve um papel crucial no crescimento do Vale. Com uma guerra prestes a ser desencadeada pelos nazistas em 1939, diversos cientistas europeus fugiram de seu país buscando asilo nos Estados Unidos. Nomes como Albert Einstein e John von Neumann são exemplos desta movimentação. Tendo uma necessidade grande de produção de rádios e radares para a guerra, e considerando sua posição geográfica estratégica próxima ao porto de São Francisco, o Vale do Silício foi extremamente demandado, ganhando, assim, mais notoriedade e estrutura.

Após a guerra, a região continuou a crescer cada vez mais, com diversos incentivos do governo ao longo da Guerra Fria, com o foco em desenvolvimento de novas tecnologias e na famosa corrida espacial.

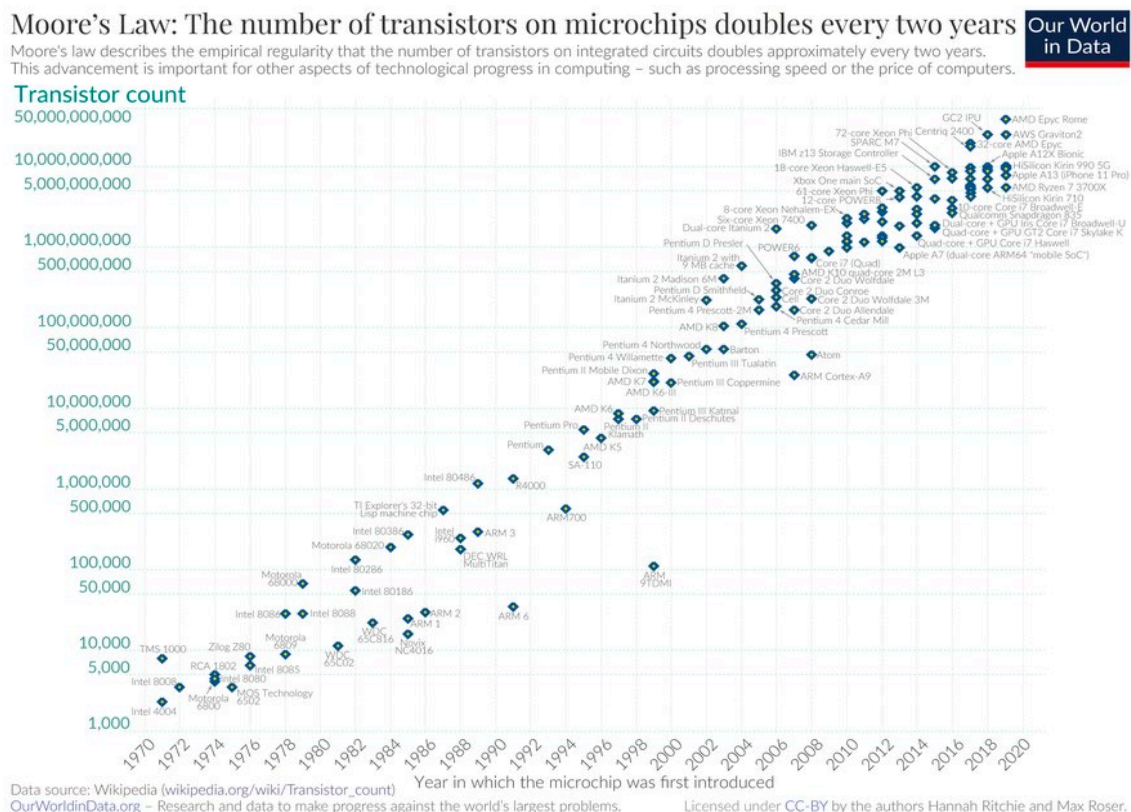
Neste cenário, assim como Terman esperava, os talentos graduados em Stanford estavam cada vez mais ativos em criar suas próprias empresas. A Intel foi fundada em 1968, em Santa Clara, por Robert Noyce e Gordon Moore, dois visionários que trabalharam anteriormente na Fairchild Semiconductor. Eles



introduziram o primeiro microprocessador comercial, o Intel 4004, em 1971, inovação que revolucionou a computação pessoal.

Gordon Moore formulou a famosa Lei de Moore em 1965, que previa que o número de transistores em um microchip dobraria a cada dois anos, impulsionando o rápido avanço da tecnologia de semicondutores. Essa previsão provou ser incrivelmente precisa até os dias de hoje e moldou a estratégia da Intel.

Figura 2 – Lei de Moore



Fonte: Our World in Data.

Na mesma década, dois grandes nomes e gigantes dos dias atuais nasceram. Steve Jobs e Steve Wozniak fundaram a Apple em 1976, em Cupertino, na Califórnia, lançando o Apple I, o primeiro computador pessoal bem-sucedido. No mesmo período, Bill Gates e Paul Allen fundaram a Microsoft em Albuquerque, no Novo México, antes de se mudarem para o Vale do Silício. Essas empresas desempenharam papéis essenciais na popularização dos computadores pessoais.

Foi aí que, na década de 1980, aconteceu um enorme *boom*, um rápido crescimento da indústria de computadores pessoais, com Apple, Microsoft, IBM,



Intel e Dell desempenhando papéis proeminentes na evolução da tecnologia para consumidores em geral.

## 1.2 O crescimento da internet e o início das *startups*

A história da internet tem suas raízes nas décadas de 1960 e 1970, quando os Estados Unidos financiaram projetos de pesquisa para criar uma rede de comunicação robusta e resistente a falhas, chamada ARPANET. Inicialmente, essa rede conectava instituições de pesquisa e universidades e servia principalmente para fins acadêmicos e militares.

Porém, o verdadeiro ponto de virada ocorreu nas décadas de 1980 e 1990, quando a ARPANET evoluiu para a NSFNET e, eventualmente, a internet como a conhecemos hoje. Tim Berners-Lee, um cientista britânico, inventou a World Wide Web (WWW) em 1989, desenvolvendo o primeiro navegador *web* e o protocolo HTTP. Isso permitiu que informações fossem acessadas e compartilhadas de maneira mais fácil e visual, gerando, assim, uma grande oportunidade para novas empresas e novos modelos de negócio.

A década de 1990 foi marcada por um *boom* de empresas de tecnologia, conhecidas como *dotcoms*, que justamente exploraram as possibilidades e oportunidades oferecidas pela internet. Empresas como Amazon, eBay e Google surgiram nesse período, demonstrando a capacidade da internet de criar novos modelos de negócios e mercados. O epicentro desse movimento foi justamente o Vale do Silício, que atraiu investidores, empreendedores e talentos tecnológicos de todo o mundo.

Com este *boom*, aconteceu a "bolha pontocom", um período de especulação frenética e investimento excessivo nas ações de empresas de tecnologia e internet durante os anos 90. Esse *boom* foi impulsionado pelo entusiasmo em torno do potencial da internet de revolucionar os negócios e a economia. Várias *startups* surgiram nesse período, mas muitas delas não tinham modelos de negócios sustentáveis. A bolha estourou no início dos anos 2000, resultando em um colapso no mercado de ações e na falência de inúmeras empresas "pontocom", causando prejuízos significativos para investidores e marcando um importante episódio na história financeira.

Esse *boom* proporcionou maturidade ao mercado das *startups*. Com maior receio por parte dos investidores, as empresas precisavam ser cada vez mais sustentáveis, escaláveis e inovadoras.



À medida que a internet continuou a evoluir, a década de 2000 testemunhou a ascensão das redes sociais, como o Facebook, Twitter e LinkedIn, que revolucionaram a forma como as pessoas se conectam e compartilham informações *on-line*. A chamada Web 2.0 trouxe uma abordagem mais interativa e colaborativa à internet, abrindo novas oportunidades para *startups* em áreas como mídia social, compartilhamento de vídeos e muito mais.

Dos anos 2010 aos dias de hoje, a internet continua a ser um catalisador para o crescimento de *startups* em diversas áreas, incluindo *e-commerce*, *fintech*, saúde digital, inteligência artificial e outras. Incubadoras, aceleradoras e investidores de risco desempenham papéis significativos no apoio e financiamento dessas *startups*.

A relação entre a internet e as *startups* é profunda. A internet oferece às *startups* acesso global, baixo custo de entrada, oportunidades para inovação contínua e capacidade de criar modelos de negócios disruptivos, ou seja, aqueles que mudam a realidade de um setor ou um segmento. A interseção entre a tecnologia da internet e o empreendedorismo é evidente, com *startups* utilizando a internet como um meio fundamental para desenvolver e escalar seus negócios.

A história da internet está intrinsecamente ligada ao crescimento e à proliferação das *startups*, especialmente no Vale do Silício, onde essa convergência entre tecnologia e empreendedorismo tem sido uma força motriz para a inovação e a transformação em diversos setores da economia.

Em resumo, uma *startup* é uma empresa com um modelo de negócio escalável, repetível e com uma ideia inovadora que provoca impacto na sociedade, seja com um produto ou um serviço que resolve o problema do seu usuário.

### 1.3 As *startups* mais conhecidas

Com tamanho incentivo, acesso, capital humano e financeiro, o Vale até hoje é lar das principais empresas que iniciaram suas atividades como *startups*, mas hoje já cresceram e se tornaram as maiores empresas de tecnologia do mundo.

O que as diferiu e as difere das demais é a sua capacidade de usarem tecnologia dentro dos seus setores para modernizar serviços e produtos que





seus clientes utilizavam, tendo um grande vínculo com seus usuários e desenvolvendo seu produto de maneira efetiva.

Empresas como Tesla (fundada por Elon Musk), Airbnb, Uber, Netflix, Facebook, Google e muitas outras emergiram como líderes em seus campos.

## TEMA 2 – SEGMENTOS DE MERCADO: COMO SÃO OS NOMES DAS *STARTUPS*?

Como sociedade, nós temos distintas maneiras de nomear as coisas, influenciados principalmente pela nossa língua, nosso país, nossos costumes; temos tradições e linguajares que nos identificam como um. No contexto das *startups*, também seguimos uma linha lógica, uma combinação de fatores, uma maneira que as pessoas inseridas no meio se familiarizam e se reconhecem. Vamos entender um pouco mais sobre como são dados nomes, "os prefixos" das *startups*, bem como sobre quais são seus principais setores e a atuação destes no cenário brasileiro.

### 2.1 Como é dado o nome das *startups*

As *startups* frequentemente recebem nomes que refletem sua área de atuação e *expertise*. Essa prática ajuda a identificar e categorizar as empresas com base em seus segmentos de mercado e a facilitar a comunicação e compreensão de suas atividades.

As *startups* estão sempre focadas em um segmento específico, inclusive esta já é uma das maiores diferenças de atuação em relação a grandes empresas. Ela inicia suas operações dentro de um nicho e de um segmento em específico, por isso sua nomenclatura segue de acordo com o seu nicho.

A nomenclatura segue sempre a lógica de adicionar o segmento, como no exemplo de *Healthtech*, sendo *health* (saúde) somado a *technology* (tecnologia). Utilizamos sempre como base o inglês para dar esta nomenclatura.

Você talvez se questione o porquê de usar esta maneira de nomeação em vez de simplesmente chamar de *startup*, mas vamos nos aprofundar mais usando como exemplo as *fintechs*.

As *fintechs* são *startups* que se concentram em tecnologia financeira, desenvolvendo soluções inovadoras para serviços financeiros. O termo *fintech* é uma combinação das palavras *finance* (finanças) e *technology* (tecnologia),





destacando sua ênfase na aplicação de tecnologia para melhorar e transformar setores financeiros tradicionais, como pagamentos, empréstimos, investimentos e seguros. Ao incorporar *fintech* em seus nomes, essas *startups* sinalizam claramente seu foco principal e a natureza disruptiva de suas operações no mundo financeiro.

Esta maneira de se nomear as *startups* funciona como indicador importante, tornando mais fácil para investidores, parceiros e clientes identificar a área de foco da *startup* e compreender como ela está inovando e transformando seus respectivos setores, destacando-as no mercado em que estão inseridas.

## 2.2 Principais setores e suas nomeações

De acordo com o Statista, existe mais de 150 milhões de *startups* no mundo. 61% delas estão focadas no B2B, ou seja, na relação *business-to-business*, empresas para empresas, e 39% nas relações B2C, *business-to-consumer*, empresas para consumidores.

O número pode parecer assustadoramente grande, mas devemos levar em consideração que a taxa de insucesso é tão grande quanto: em torno de 90% das *startups* encerram suas operações em até três anos. Falaremos sobre este assunto de forma mais aprofundada nas próximas etapas, mas vamos entender o gigante número de mais de 150 milhões, quais são os principais setores:

- *Fintechs*: *startups* de tecnologia financeira, hoje representam em torno de 7,1% do total de *startups* no mundo todo.
- *Healthtech*: *startups* de tecnologia para a saúde e ciências para a vida ficam em segundo lugar, representando 6,8% do número total.
- *Gameteck*: *startups* de tecnologia para o mundo *gamer* ganharam os olhos dos investidores e consumidores, crescendo para chegar ao top 5 setores e alcançando uma fatia 4,7% do total.
- *Adtech*: *startups* de tecnologia para o setor publicitário, representando 3,3% do número total.
- *Edtech*: *startups* de tecnologia para a educação, representando 2,8% do número total.



Precisamos considerar ainda outros setores como tecnologias voltadas para inteligência artificial, agricultura, energias renováveis, cibersegurança, robótica, construção civil e jurídico.

Vejam alguns exemplos de empresas dos setores:

## **Nubank (NUBR33) continua líder entre as fintechs, mas saturação do setor está próxima, diz BofA; veja por quê**

Disponível em: <<https://www.suno.com.br/noticias/nubank-lider-saturacao-fintechs-pode-ter-chegado-bofa-va/>>. Acesso em: 25 out. 2023.

## **Agtech Tarvos recebe aporte de R\$ 5 milhões**

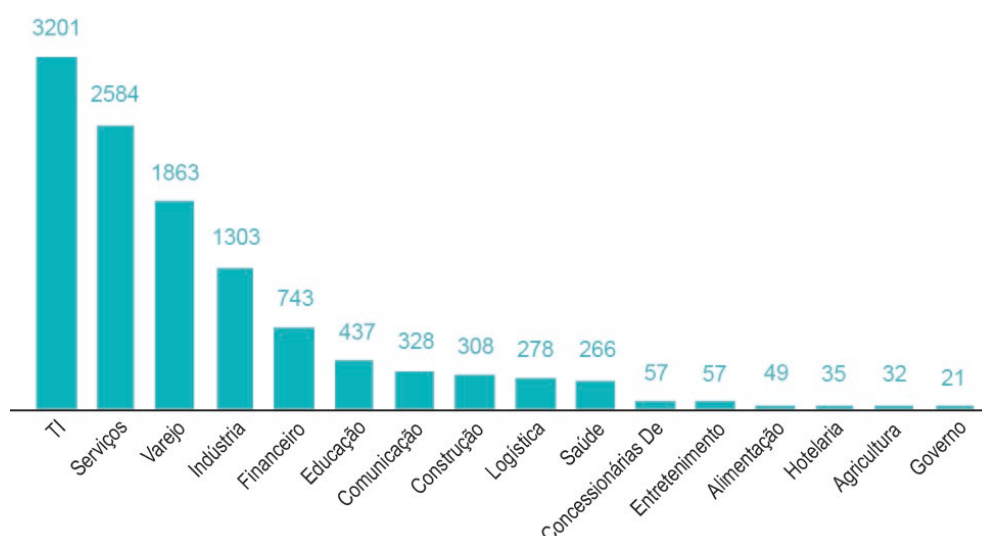
Investimento servirá para aumentar o número de clientes e de estações de monitoramento da empresa

Disponível em: <<https://startupi.com.br/agtech-tarvos-recebe-aporte/>>. Acesso em: 25 out. 2023.

### **2.3 Quais os principais setores no cenário brasileiro**

Já quando olhamos para o cenário brasileiro das *startups*, a fotografia difere consideravelmente do cenário global. Uma pesquisa divulgada pela Gazeta do Povo em 2022, que tem como base os dados do Cortex do Governo do Brasil, considerou que existem ativamente 11.562 *startups* no Brasil (o país com maior número de *startups* é os Estados Unidos, com 72.560 *startups*).

Figura 3 – Número de *startups* no Brasil



Fonte: Elaborado por Branco, 2023, com base em Cortex/Secretaria Nacional de Segurança Pública/Ministério da Justiça e Segurança Pública.



De acordo com a pesquisa, as *startups* brasileiras se dividem da seguinte maneira:

- 28% são do segmento de Tecnologia da Informação;
- 22% de Serviços;
- 16% do Varejo;
- Indústria com 11%;
- Financeiro com 6%.

Pode-se existir um questionamento do porquê o número de *startups* brasileiras é tão inferior ao americano, mas precisamos levar sempre em consideração o contexto histórico. Como vimos no tópico anterior, o desenvolvimento da inovação e o crescimento do maior polo tecnológico do mundo, o Vale do Silício, se iniciou há quase um século.

Considerando que a Universidade mais antiga dos EUA, a Universidade de Harvard, possui 387 anos e a Universidade mais antiga brasileira, a UFPR (Universidade Federal do Paraná), possui 110 anos, já podemos começar a compreender por que o mercado americano é 7x maior que o brasileiro. O ecossistema brasileiro de *startups* tem ganhado cada vez mais notoriedade e consistência e é sobre isso que falaremos nos próximos tópicos.

## TEMA 3 – PRINCIPAIS DIFERENÇAS DO MODELO CORPORATIVO TRADICIONAL X *STARTUPS*

Toda empresa é uma *startup*? E toda uma *startup* é uma empresa? Quando falamos sobre este assunto, podem surgir diversas dúvidas. Vamos compreender quais são as principais diferenças entre o modelo corporativo tradicional e as *startups*.

### 3.1 Corporativo x *startups*: o que faz mais sentido?

As diferenças fundamentais entre o modelo corporativo tradicional e as *startups* residem em áreas com maior impacto nos processos de negócios e na cultura empresarial. Em primeiro lugar, a velocidade de tomada de decisão é uma distinção marcante. Enquanto as *startups* têm uma estrutura ágil que permite decisões rápidas e adaptação flexível às mudanças de mercado, as



empresas tradicionais muitas vezes enfrentam burocracia e hierarquia, tornando o processo decisório mais lento e demorado. Isso pode afetar a capacidade de inovação e resposta a demandas do mercado em constante evolução.

O que devemos levar em consideração é que existe necessidade e espaço para ambos os modelos de negócio no mercado. Corporações ou empresas que operam pelo modelo tradicional tendem a atender uma demanda presente ou reprimida, não operam com base na criação de novos negócios, produtos ou serviços, mas sim produzem e/ou fabricam em prol de uma demanda existente. Em contraponto, as *startups* estão conectadas com tendências futuras que visam mudar e/ou facilitar a maneira como algo já é feito.

Outra grande diferença significativa é a abordagem em relação ao risco e à tolerância a falhas. *Startups*, por natureza, assumem riscos calculados, muitas vezes operando com recursos limitados e buscando inovações disruptivas. Elas estão dispostas a falhar e aprender com essas falhas como parte do processo de crescimento. Em contraste, empresas tradicionais geralmente têm uma aversão maior ao risco, preferindo estratégias mais conservadoras e estabilidade financeira, o que pode limitar a capacidade de explorar oportunidades ousadas e se adaptar rapidamente às mudanças. Como evidência, podemos olhar para dois indicadores, o número de *startups* que falham e encerram suas operações em menos de três anos, que em média são 8 a cada 10, e também considerar a velocidade de crescimento de uma *startup*, que tende a ser escalável, contra o crescimento linear de empresas corporativas tradicionais. Em média, as *startups* crescem mais de 90% ao ano, mesmo em períodos de risco, devido ao seu alto apetite a risco.

Grande parte desta aversão a risco por parte das empresas tradicionais se deve ao seu quadro societário, que, em sua grande maioria, pertence 100% aos sócios fundadores (ex.: empresas familiares) ou está limitado aos seus acionistas, no caso de empresas abertas, listadas na bolsa de valores. A *startups*, além de terem seu quadro societário entre os fundadores e, muitas vezes, com colaboradores que recebem porcentagens da empresa, também compartilham seu capital social com investidores externos, fundos de capital de risco em sua maioria, diluindo assim seu risco.

Por fim, a cultura empresarial é uma das diferenças mais significantes. *Startups* promovem uma cultura mais empreendedora, fomentando a criatividade, a autonomia e a busca constante por soluções inovadoras, muitas



vezes sendo equipes enxutas e multidisciplinares. Elas valorizam a diversidade de ideias e a agilidade, enquanto as empresas tradicionais, muitas vezes, têm culturas mais hierárquicas e podem ser resistentes a mudanças, o que pode limitar a inovação e a capacidade de atrair talentos jovens e criativos. Essas diferenças culturais têm um impacto significativo na forma como as organizações abordam desafios e oportunidades.

### 3.2 Exemplos comparativos

Para idealizarmos uma comparação entre uma empresa do modelo corporativo tradicional e uma *startup*, precisamos levar como parâmetro o seu produto final, ou seja, o que de fato ela entrega como solução para seu cliente, usuário, consumidor.

Por exemplo, podemos fazer uma comparação entre empresas do setor de saúde que buscam conectar a população com serviços necessários do cuidado à saúde.

Do lado do modelo corporativo tradicional, podemos utilizar dois exemplos, a SulAmérica Saúde e a Unimed.

Com mais de 7 milhões de clientes (pessoas físicas e jurídicas), a SulAmérica atua nos ramos de seguro saúde e odontológico, vida e acidentes pessoais, gestão de ativos e produtos de previdência privada.

Com aproximadamente 4 mil funcionários, seus negócios são realizados por meio de uma rede de distribuição, que inclui mais de 37 mil corretores independentes, além de parcerias com instituições financeiras de varejo e filiais apoiando as vendas e a distribuição. Seu principal produto são os planos de saúde, que, por uma taxa, garantem ao paciente atendimento médico e hospitalar conforme o plano, além da cobertura para procedimentos cirúrgicos.

A Unimed, que atua no modelo de cooperativa, também tem produtos semelhantes à SulAmérica e conta com 340 cooperativas médicas, 117 mil médicos cooperados e 18 milhões de beneficiários.

Quando olhamos para empresas deste porte, precisamos considerar o tema de Governança Corporativa. Diferente do corpo e da equipe enxuta das *startups*, estas grandes empresas são consideradas como Navios, enquanto as *startups* podem ser representadas por um Jet-skis.

Ambas possuem seus lados positivos e negativos e propósitos completamente diferentes, mas produtos semelhantes. Vamos olhar, então, dois



exemplos de *startups* brasileiras que competem no mesmo mercado que as corporações anteriores.

A Alice, uma *healthtech* fundada em 2020, tem como missão tornar o mundo mais saudável, e seu modelo único de gestão – que utiliza tecnologia para acompanhar de perto cada pessoa, promover saúde e antecipar cuidados – permite controlar melhor as despesas e ganhar maior previsibilidade de custos no plano de saúde empresarial.

Os membros (como são chamados os beneficiários da Alice), que hoje são em torno de 30 mil, têm acesso a uma jornada de saúde personalizada, baseada em seus objetivos. Nela, eles contam com uma equipe de atenção primária, chamada de Time de Saúde, além de uma rede com os melhores especialistas, hospitais e laboratórios de São Paulo – uma lista seleta que inclui Hospital Israelita Albert Einstein, BP, Santa Joana e Fleury. A Alice também oferece cobertura nacional no plano corporativo.

Diferentemente dos planos de saúde convencionais, a gestão da Alice reúne atenção primária, coordenação de cuidado, tecnologia e excelência no atendimento para cuidar de cada pessoa de maneira particular.

A Sami, *startup* fundada em 2018, começou suas operações ofertando serviços de tecnologia e dados para reduzir os custos das operadoras de saúde, mas mudou de ramo e passou a vender ela própria os planos, em especial a Microempreendedores Individuais (MEIs) e pequenas empresas. A companhia opera em sete cidades com mais de 500 funcionários e faturou 60 milhões de reais em 2022, tendo em sua carteira em torno de 20 mil beneficiários.

Embora as *startups* possam parecer "mais inovadoras", precisamos lembrar que o mercado de saúde é por necessidade mais engessado. Existem organizações, associações e conselhos que regem este segmento, além do fato de já existir um certo monopólio em relação às grandes empresas. dando ainda menos espaço para *startups* prosperarem.

## TEMA 4 – O PAPEL DA INOVAÇÃO NA EVOLUÇÃO DOS NEGÓCIOS

A inovação é a força motriz por trás da criação de soluções, produtos, serviços e modelos de negócios disruptivos que atendem às necessidades do mercado de forma diferenciada. A capacidade de inovar de forma constante é essencial para que as *startups* prosperem e se tornem empresas de sucesso.



Por isso, vamos compreender as maneiras, ferramentas e movimentações pelas quais as *startups* alcançam e praticam a inovação.

#### 4.1 Como as *startups* praticam a inovação?

Existem três principais parâmetros que nos ajudam a entender como as *startups* praticam a inovação:

##### 1. Escalabilidade do negócio

Uma das principais características das *startups* é ser escalável, com muitas delas operando em modelos de negócios digitais, que permitem um crescimento rápido e global. Plataformas como Airbnb e Uber ilustram como essas empresas podem expandir para mercados em todo o mundo com relativa facilidade, aproveitando a natureza escalável da tecnologia. Exemplos como a computação em nuvem e a inteligência artificial permitem que elas ofereçam produtos e serviços de maneira escalável, sem a necessidade de infraestruturas físicas complexas. Além disso, muitas vezes adotam modelos de receita escaláveis, como SaaS (*Software as a Service*) e Freemium, que permitem expandir sua base de clientes rapidamente e aumentar a receita à medida que crescem.

##### 2. Atração de talentos

Em relação à atração de talentos, as *startups* criam culturas empreendedoras que atraem profissionais inovadores. Elas promovem um ambiente onde os funcionários podem assumir responsabilidades significativas e contribuir ativamente para o sucesso da empresa. Além disso, muitas *startups* formam equipes multifuncionais, reunindo especialistas de diversas áreas para trabalhar em projetos específicos. Isso estimula a criatividade e a colaboração entre os membros da equipe, resultando em soluções mais inovadoras. Uma estratégia comum de atrair talentos tão excepcionais para seus negócios que, em sua maioria ainda, são apenas uma ideia é oferecer participação nos lucros e opções de ações, permitindo que os funcionários compartilhem do sucesso da empresa e tenham um incentivo financeiro para contribuir para o crescimento.





### 3. Otimização de recursos

Fazer mais com menos faz parte do DNA das *startups*. A metodologia *Lean startup*, por exemplo, incentiva a validação rápida de hipóteses de negócios com gastos mínimos – falaremos mais sobre ela em etapas posteriores. Isso significa que as *startups* testam suas ideias de forma ágil, coletam *feedback* e iteram, economizando tempo e recursos valiosos. Além disso, a automação é amplamente utilizada para otimizar processos internos, desde *marketing* até atendimento ao cliente e análise de dados.

Além disso, as *startups* buscam colaborações e parcerias estratégicas como forma de otimizar recursos. Em vez de investir pesadamente em todas as áreas, muitas *startups* preferem se associar a outras empresas para aproveitar seus recursos e alavancar suas próprias capacidades. Isso permite que elas cresçam de maneira mais eficiente e eficaz, compartilhando riscos e recompensas com parceiros estratégicos do ecossistema.

## TEMA 5 – QUEM SÃO OS PRINCIPAIS ATORES DO ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO

Para que uma *startup* cresça, existe um ecossistema que a ajude, desde iniciativa pública quanto privada. É fundamental que as *startups* estejam próximas e inseridas dentro desses ecossistemas, que são definidos geralmente por afinidades como a cidade que se localiza, a universidade, o segmento em que atua e as necessidades conforme as fases de desenvolvimento do negócio. Vamos compreender quem são estes atores, como cada um atua em cada fase e os principais benefícios de se estar próximo e inserido dentro do ecossistema.

### 5.1 Quais os atores do ecossistema?

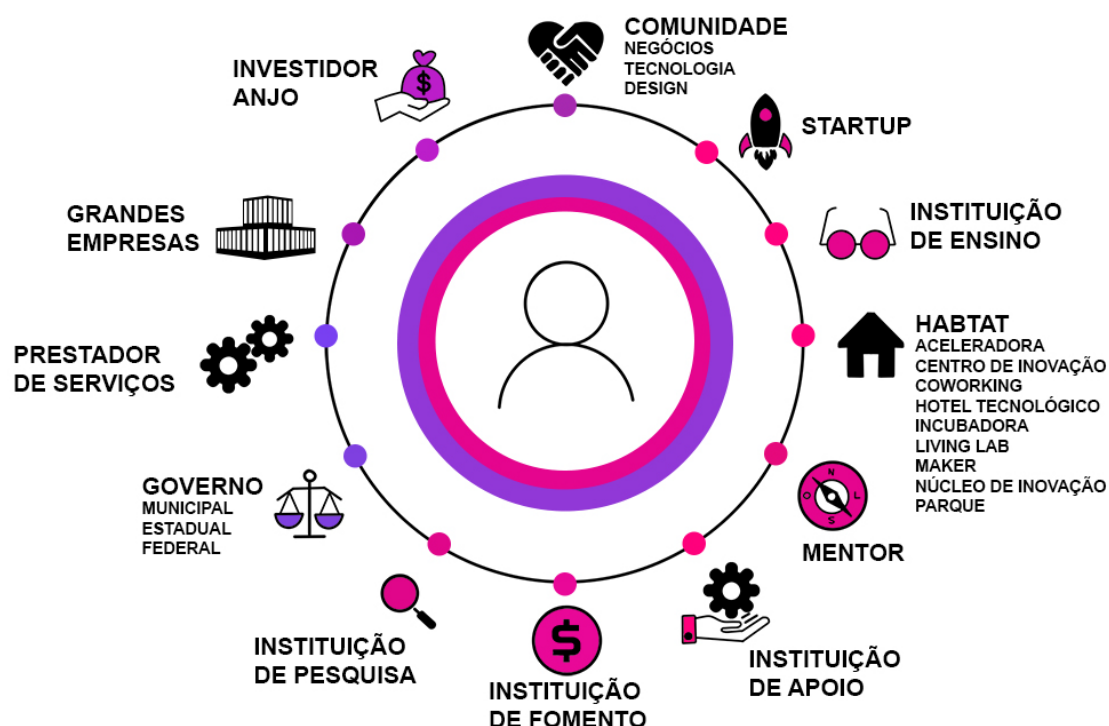
De acordo com o dicionário, a palavra ecossistema significa sistema ecológico, que inclui o conjunto das relações dos seres vivos entre si e/ou destes com o ambiente. Aqui podemos observar um belo exemplo de biomimética, em que podemos aplicar um conceito da natureza aos negócios.

O ecossistema de inovação funciona em modelo semelhante ao da natureza, no qual existem atores com maior e menor força, um ciclo de vida, um desenvolvimento e, sim, um fim, todos com um propósito de fomentar negócios e inovações. Ele nada mais é que um sistema fomentado por diversos elementos



que, juntos, criam um ambiente propício para o surgimento de novas ferramentas de inovação aberta. Entre os elementos mais comuns desse ecossistema, estão instituições governamentais, universidades e empresas, mas que, muitas vezes, são complementadas por *hubs* de inovação, incubadoras, parques tecnológicos e fundos de capital de risco. Essa mistura cria um fluxo de sinergia em que todos envolvidos se beneficiam.

Figura 4 – Ecossistema de inovação



Crédito: Flávio Oliveira.

Os atores podem ser divididos nas seguintes categorias:

## 1. Educação

O foco são as instituições de ensino superior, por ser um ambiente mais propício a encontrar jovens que estejam dispostos a empreender e, por natureza, já são mais propensos a propor serviços e modelos de negócio inovadores. Além disso, empreendedores podem se beneficiar das instituições de ensino superior nos seus mais diversos laboratórios e pesquisas científicas.



## 2. Poder público

A criação de políticas públicas que auxiliem o desenvolvimento da inovação é um instrumento extremamente valioso, que inclusive pode se tornar um chamariz para que outras empresas vejam o potencial da região para futuros investimentos. Como exemplo, podemos citar o Marco Regulatório da Inovação e também o Marco Legal das Startups, iniciativas públicas que têm como objetivo facilitar a evolução do mercado de inovação brasileiro.

Podemos considerar também as iniciativas de incentivo à inovação como um apoio ao empreendedorismo. Com diversos editais pelo país, *startups* podem se beneficiar de capital financeiro e intelectual por parte das agências de desenvolvimento.

## 3. Fundos de investimento

Além da mão de obra, é necessário que haja um capital inicial para que essas os empreendedores possam encorpar e ganhar força. Dentro do ecossistema de inovação, fundos de investimentos são vistos não só como a instituição que oferece dinheiro, mas também como a entidade que pode atuar e conectar mentores, guiando os empreendedores e oferecendo ajuda em estratégias.

## 4. Corporações

Bem como fundos de investimento, as grandes empresas são vistas como oportunidade para apresentar ideias, *pitches* e propostas e para receber um *feedback* construtivo. Para os empreendedores, estar próximo de grandes corporações que atuam no mesmo segmento pode ser crucial para o desenvolvimento do seu negócio. Para uma parte dos empreendimentos desenvolvidos dentro de ecossistemas, o objetivo final é poder atuar nessas empresas ou até mesmo realizar uma operação de M&A (Fusão e Aquisição).

## 5. Aceleradoras, *hubs* e *coworkings*

Com o foco em segmentos específicos, por exemplo varejo, existem diversos ambientes físicos chamados *hubs* ou *coworkings* que disponibilizam espaços físicos para empresas, seja corporações, fundos, instituições governamentais ou *startups*, estarem no mesmo ambiente. Dentro destes



espaços, podemos também encontrar aceleradoras, que são instituições com o foco de acelerar negócios através de editais de participação, mentorias e conexão com pessoas e empresas relevantes do mercado.

## 5.2 Como os atores atuam em cada fase da *startup*?

Ao longo do seu crescimento, as *startups* passam por diversas fases. Vamos compreender quais os atores são relevantes para cada uma delas:

### 1. Ideação

Momento em que o(a) empreendedor(a) está tirando uma ideia do papel e precisa de ajuda para validar as hipóteses do problema que a *startup* solucionará.

Atores: mentores, aceleradoras & *coworkings*, laboratórios em universidades.

Fase da *startup*: momento zero aos 3 meses de vida.

### 2. Validação

Momento em que o(a) empreendedor(a) já tem claro a ideia e precisa validar qual o melhor mercado a seguir.

Atores: comunidade, amigos e parentes próximos, programas de aceleração, *coworkings*, governos e programas de fomento.

Fase da *startup*: 3 a 9 meses de vida

### 3. Tração

A *startup* já tem claro qual o produto e qual o mercado que atua (*Product-market fit*), agora precisa crescer em número de clientes e faturamento

Atores: investidores anjo, fundos de capital de risco (*venture capital*), grandes empresas.

Fase da *startup*: 9 a 18 meses.

## 5.3 Os principais benefícios de estar inserido dentro do ecossistema

A integração das *startups* nos ecossistemas de inovação é de fundamental importância devido à velocidade, assertividade e escala que o ecossistema e seus atores podem oferecer.



*Startups* que operam em ambientes ágeis, adaptáveis e centrados na inovação terão mais facilidade para que suas ideias sejam testadas e implementadas rapidamente, acelerando o desenvolvimento de soluções. Desta maneira, o empreendedor terá uma maior assertividade no desenvolvimento do seu produto e/ou solução. Como resultado da velocidade com assertividade, estar presente e próximo aos atores possibilitará uma maior escalabilidade da *startup*.

## FINALIZANDO

A expectativa é que você termine esta etapa encorajado(a) a descobrir mais sobre o mundo da inovação e das *startups*, agora compreendendo de onde elas surgiram, a história e o contexto da sua origem; entendendo os seus segmentos e seus principais números; visualizando as grandes diferenças do modelo corporativo tradicional e das *startups*; considerando como as *startups* utilizam a inovação na sua prática e como usam o ecossistema de inovação e seus atores para crescerem!



## REFERÊNCIAS

CARDOZO, A. Sami: a arte de escutar e cuidar. **Endeavor**, 22 mar. 2023. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/historia-de-empreendedores/sami-a-arte-de-escutar-e-cuidar/>>. Acesso em: 26 out. 2023.

DATA40. **History of gametech startups**. Disponível em: <<https://medium.com/@data40/history-of-gametech-startups-67243ca132a3>>. Acesso em: 26 out. 2023.

ECOSSISTEMA de inovação: o que é, por que vale a pena investir. **Distrito**, 22 mar. 2022. Disponível em: <<https://distrito.me/blog/o-que-e-ecossistema-de-inovacao/>>. Acesso em: 26 out. 2023.

GESTORA de saúde Alice cria modelo inovador com vantagens reais para empresas e seus colaboradores. **InfoMoney**, 11 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/gestora-de-saude-alice-cria-modelo-inovador-com-vantagens-reais-para-empresas-e-seus-colaboradores/>>. Acesso em: 26 out. 2023.

HOW GAMETECH startups influence the gaming industry? **Data40**, 19 maio 2023. Disponível em: <<https://data40.com/how-gametech-startups-influence-the-gaming-industry/>>. Acesso em: 26 out. 2023.

LOEFFER, J. The origin story of Silicon Valley – and why we shouldn't try to recreate it. **Interesting Engineering**, 31 ago. 2019. Disponível em: <<https://interestingengineering.com/innovation/the-origin-story-of-silicon-valleyand-why-we-shouldnt-try-to-recreate-it>>. Acesso em: 26 out. 2023.

LOUREIRO, R. O choque de realidade de Alice e Sami para competir nos planos de saúde. **Neofeed**, 9 fev. 2023. Disponível em: <<https://neofeed.com.br/blog/home/o-choque-de-realidade-de-alice-e-sami-para-competir-nos-planos-de-saude/>>. Acesso em: 26 out. 2023.

MINAEV, A. Startup Statistics (2023): 35 facts and trends you must know. **First Site Guide**, 4 out. 2023. Disponível em: <<https://firstsiteguide.com/startup-stats/>>. Acesso em: 26 out. 2023.



PESQUISA revela quantidade de startups no Brasil e seus setores de atuação. **GazzConecta**, 14 jul. 2022. Disponível em: <<https://gazzconecta.com.br/gazz-conecta/pesquisas-e-tendencias/pesquisa-revela-quantidade-de-startups-no-brasil-setores-atuacao/>>. Acesso em: 26 out. 2023.

ROMANI, A. Startup de plano de saúde Sami levanta R\$90 mi em nova rodada e mira "break even" em 2024. **Terra**, 1 jun. 2023. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/dinheiro-em-acao/startup-de-plano-de-saude-sami-levanta-r90-mi-em-nova-rodada-e-mira-break-even-em-2024,e1096c21cb7301e13acdc24841c7d9666tmvyivs.html>>. Acesso em: 26 out. 2023.

SHEWALE, R. 100+ Startup statistics in 2023: current state, funding and more. **DemandeSage**, 28 set. 2023. Disponível em: <<https://www.demandsage.com/startup-statistics/#:~:text=There%20are%20over%20150%20million,of%20market%20demand%20for%20products>>. Acesso em: 26 out. 2023.

STATISTA. **Global startups – statistics & facts**. Disponível em: <<https://www.statista.com/topics/4733/startups-worldwide/#topicOverview>>. Acesso em: 26 out. 2023.

SULAMÉRICA. **Perfil – Missão, visão e valores**. Disponível em: <<https://ri.sulamerica.com.br/empresa/perfil-missao-visao-e-valores/>>. Acesso em: 26 out. 2023.